

# Développement commercial et implantations commerciales : le point sur la réglementation en vigueur et les perspectives

*UVCW – Journée de formation ADL Namur – 17/06/2013*



Service de Géographie Économique Fondamentale et Appliquée  
Université de Liège  
Faculté des Sciences  
Département de Géographie

Présentation de  
**Guénaél Devillet**  
Directeur SEGEFA  
Université de Liège



## Plan de l'exposé

Introduction : Principes de fonctionnement et Enjeux du commerce de détail

Les données :

Relevé de l'offre commerciale et Etude de la demande via les comportements spatiaux d'achat des ménages wallons

LOGIC : un outil d'aide à la décision à destination des communes

Perspective : la régionalisation et le Schéma régional de développement commercial



## PRINCIPES DE FONCTIONNEMENT DE LA FONCTION COMMERCIALE

Le commerce est une **fonction induite** – fonction de marché

- une fonction **sensible** : influencée par la dynamique locale en termes de flux, de générateurs de trafic, d'aménagements, de parkings...
- une fonction **vivante** : cycle normal de fermeture-ouverture
- une fonction **innovante** : cherche en permanence à se renouveler
- une fonction **multiple** : multiple formes selon ses macro et micro localisations, le type de produits vendus, les niveaux de gammes, les acteurs impliqués et la période de développement
- une fonction **polarisante** : se regroupe naturellement en nodule ce qui lui permet de rayonner et d'accroître son aire de chalandise
- une fonction **urbaine** : participant à la dynamique des centres urbains en relation avec les fonctions résidentielle, service - bureau, scolaire, culturelle, administrative...



## EVOLUTIONS RÉCENTES ET ENJEUX FUTURS

### **Les enjeux globaux du développement durable**

coûts de la mobilité, consommation durable, étalement urbain, densification, mixité des fonctions, réduction des émissions de gaz à effet de serre

### **Les enjeux et contraintes de mobilité**

Saturation nœuds routiers, offre actuelle et future en transport en commun, valorisation du réseau ferré, accessibilité en voiture dans les centres

### **L'évolution permanente du marché**

- démographie (croissance, vieillissement, taille des ménages ...)
- dépenses des ménages (tertiarisation des dépenses, croissance des dépenses pré-engagées ...)
- mobilités (modes, proximité, mobilité douce ...)
- technologies (Internet, smartphone, miniaturisation ...)
- valeurs (individualisme >< coopération, participation ...)

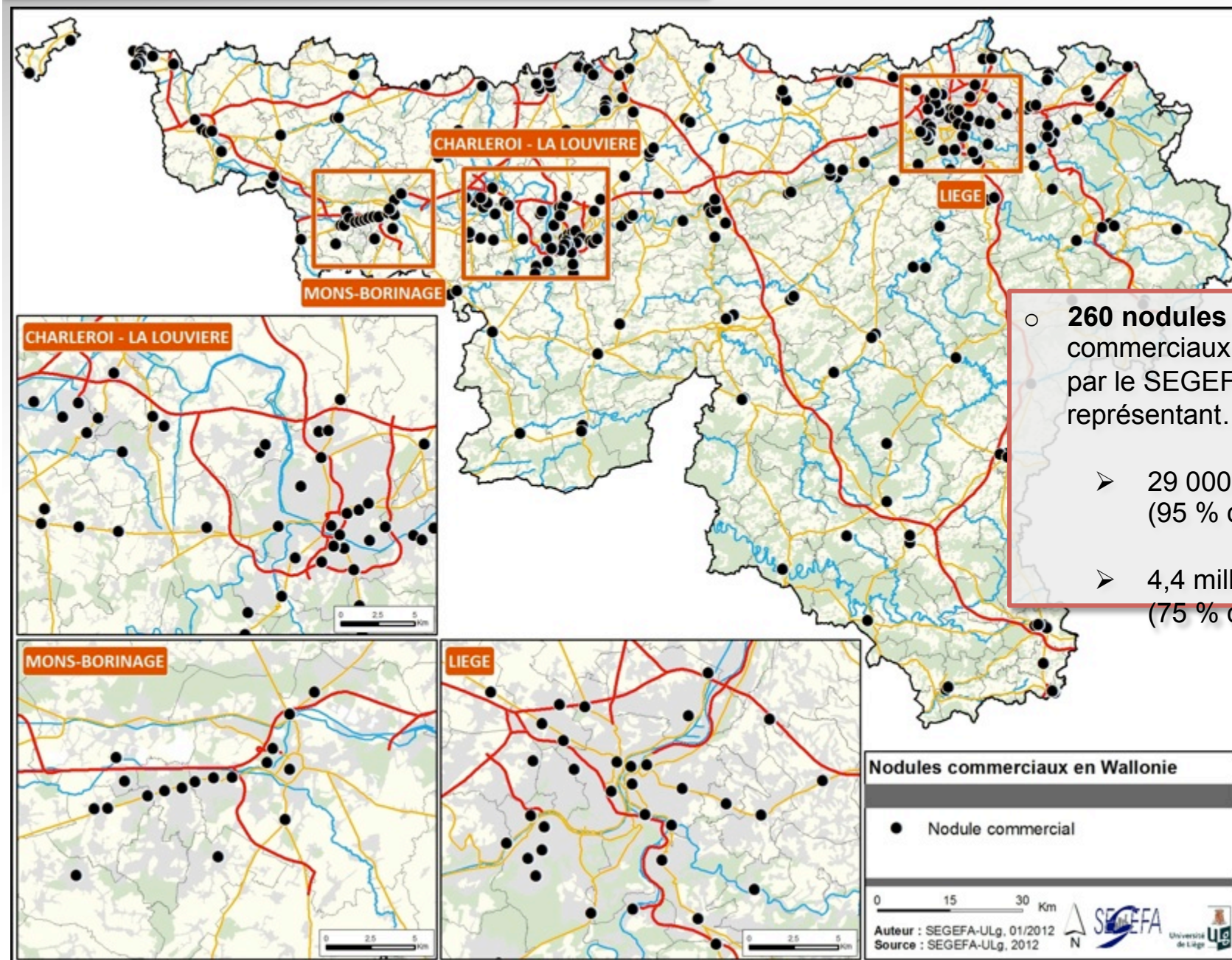
### **L'adaptation permanente du commerce de détail**

circuits-courts, e-commerce, réduction des formats, spécialisation des assortiments, redynamisation du commerce urbain









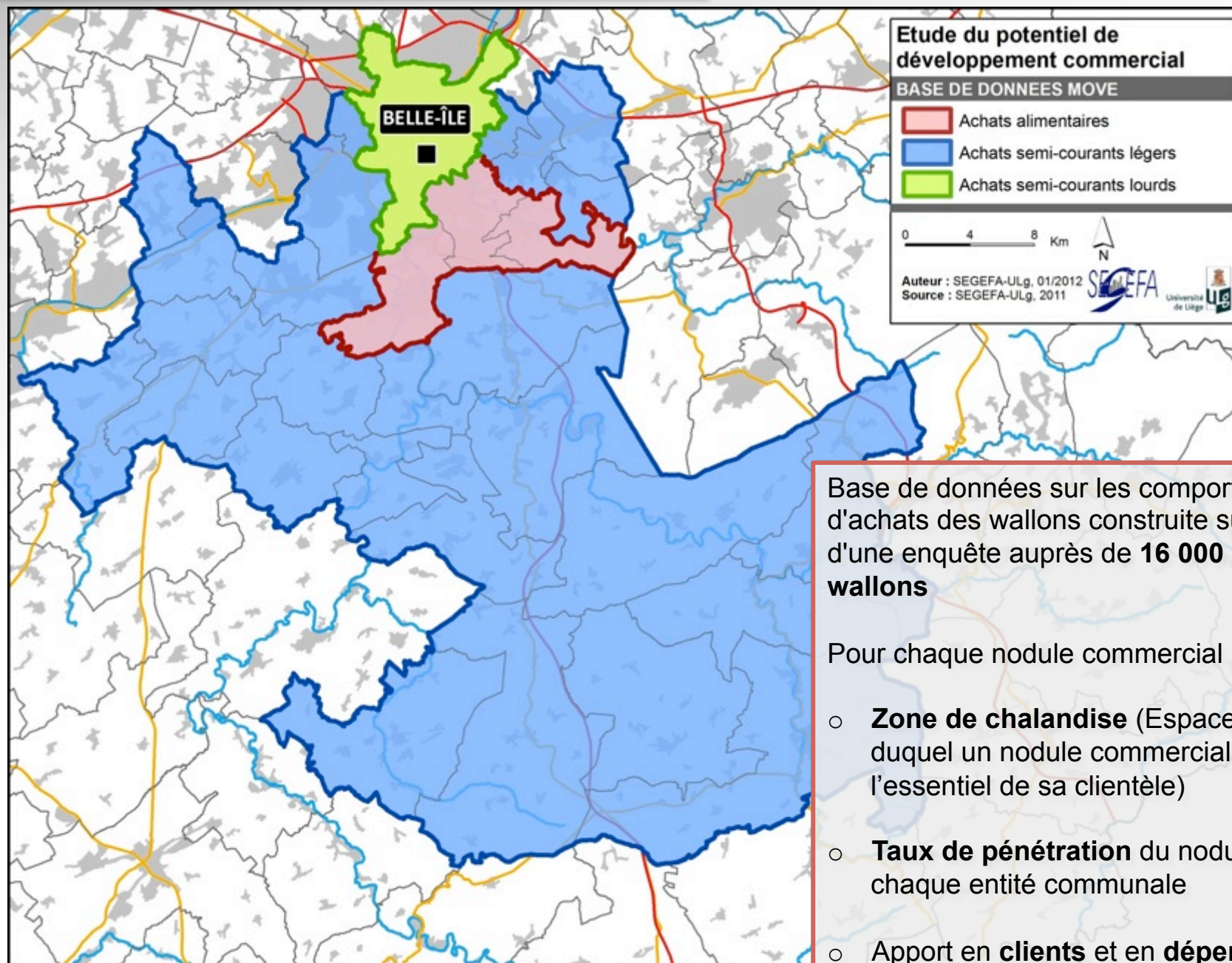
- **260 nodules** commerciaux identifiés par le SEGEFA représentant...
  - 29 000 commerces (95 % du relevé)
  - 4,4 millions de m<sup>2</sup> (75 % du relevé)

## Principaux nodules wallons

Nodule	Surface de vente nette (m <sup>2</sup> )	Nodule	Nombre de points de vente
Liège centre	135 000	Liège centre	1 820
Rocourt	80 000	Charleroi centre	1 080
Waterloo centre	78 000	Namur centre	890
Froyennes	78 000	Mons centre	770
Longdoz	77 000	Tournai centre	660
Charleroi centre	75 000	Verviers centre	510
Namur centre	73 000	La Louvière centre	480
Messancy	69 000	Wavre centre	480
City-Nord	69 000	Waterloo centre	480
Basse Campagne	58 000	Mouscron centre	400
Hognoul	52 000	Huy centre	400
La Louvière - Centre commercial	51 000	Longdoz	350
Mons centre	50 000	Nivelles centre	320
Chatelineau	46 000	Outremeuse	300
Tournai centre	43 000	Gilly	290
Erpent-Naninne	42 000	Spa	290
Libramont	41 000	Eupen	290
Mont-Saint-Jean	40 000	Binche	280
Route de Herbesthal	40 000	Bastogne	270
La Louvière centre	37 000	Arlon	270

- Classement selon la **surface de vente nette** fait ressortir **différents types de nodules** : centres villes, parc périphériques...
- Classement selon le **nombre de points de vente** fait ressortir les **plus grands centres villes** de Wallonie et quelques quartiers secondaires de grandes villes



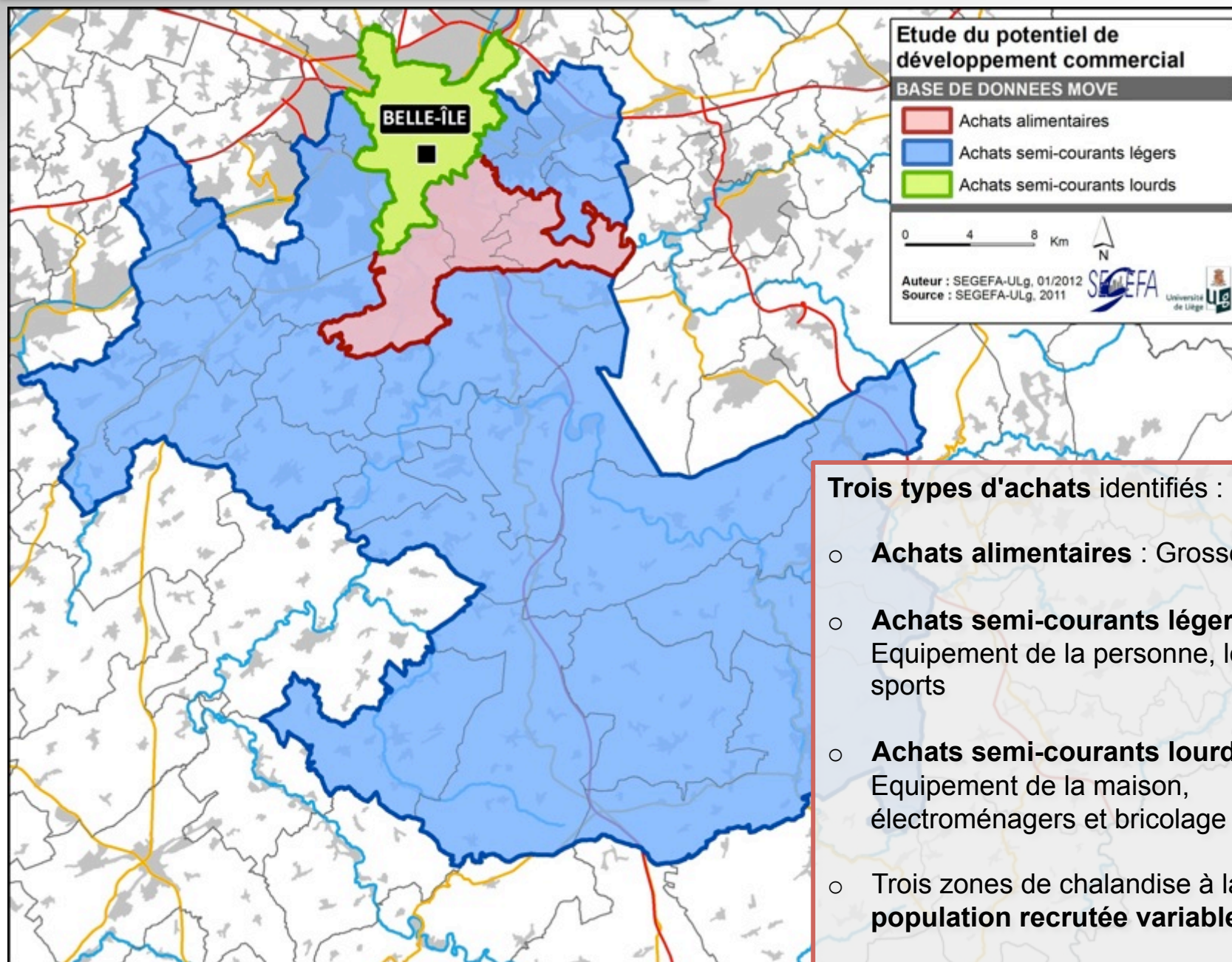


Base de données sur les comportements d'achats des wallons construite sur base d'une enquête auprès de **16 000 ménages wallons**

Pour chaque nodule commercial :

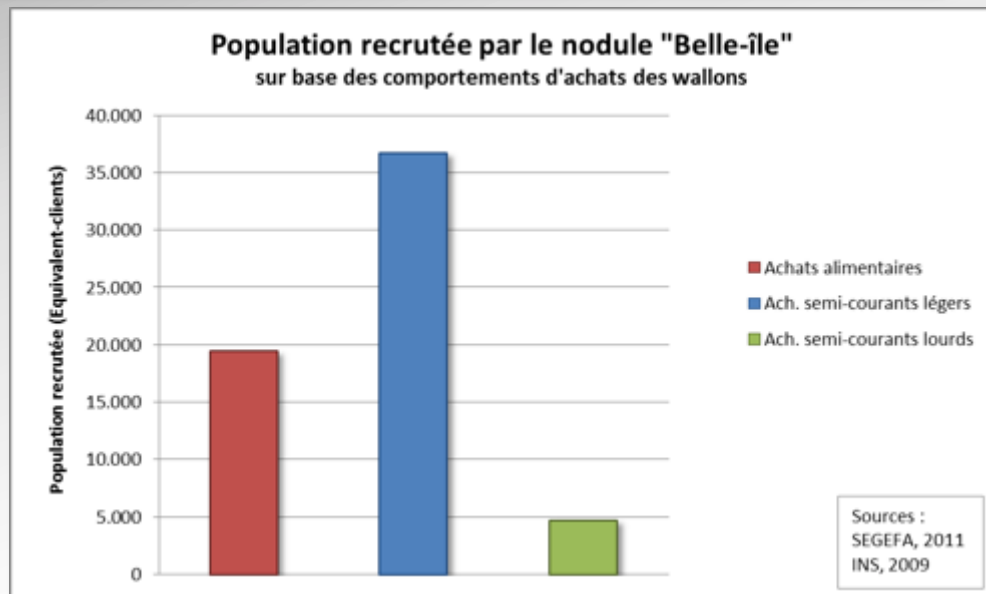
- **Zone de chalandise** (Espace au sein duquel un nodule commercial recrute l'essentiel de sa clientèle)
- **Taux de pénétration** du nodule pour chaque entité communale
- Apport en **clients** et en **dépenses** de chaque entité communale pour le nodule





### Trois types d'achats identifiés :

- **Achats alimentaires** : Grosses courses
- **Achats semi-courants légers** :  
Équipement de la personne, loisirs et sports
- **Achats semi-courants lourds** :  
Équipement de la maison, électroménagers et bricolage
- Trois zones de chalandise à la **population recrutée variable !**



Par achat :

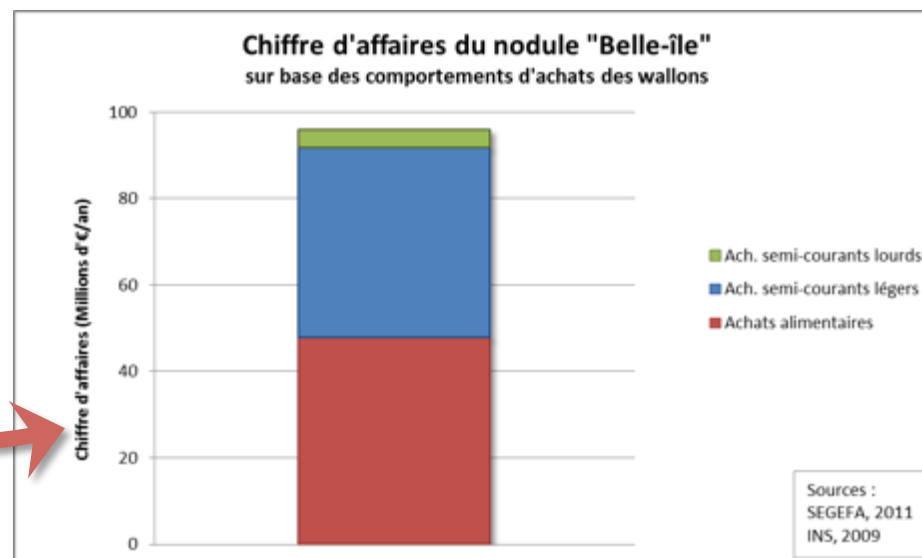
- Estimation en "**équivalent-clients**", car chaque personne peut se rendre dans divers nodules commerciaux

Pour tous les achats :

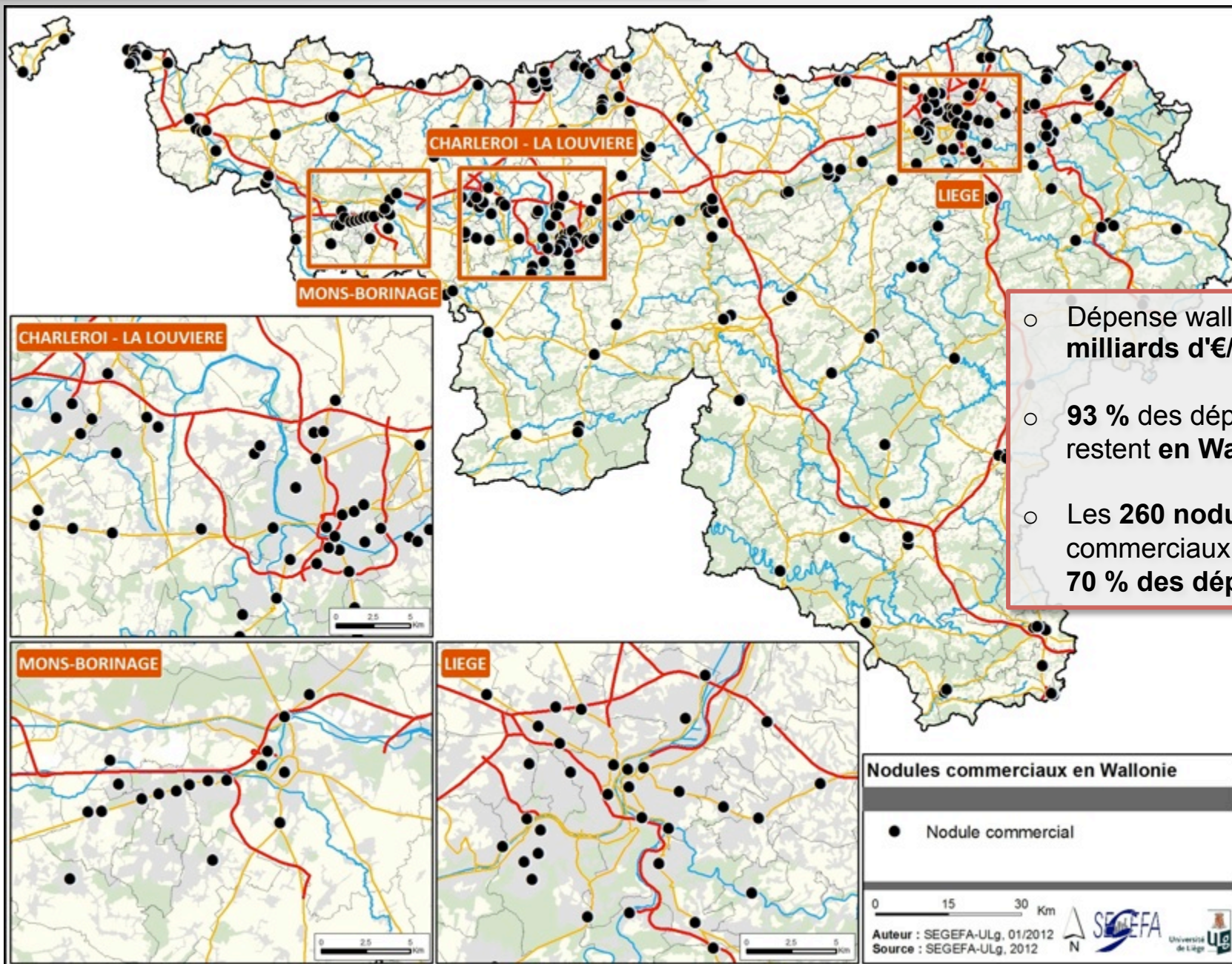
- Conversion de la population en **chiffre d'affaires** (pondéré par le revenu moyen par habitant)

Type d'achats	Dépenses moyennes (€ personne/an)
Alimentaires	2 446
Semi-courants légers	887
Semi-courants lourds	541

Source :  
INS - Enquête sur le budget des ménages, 2009

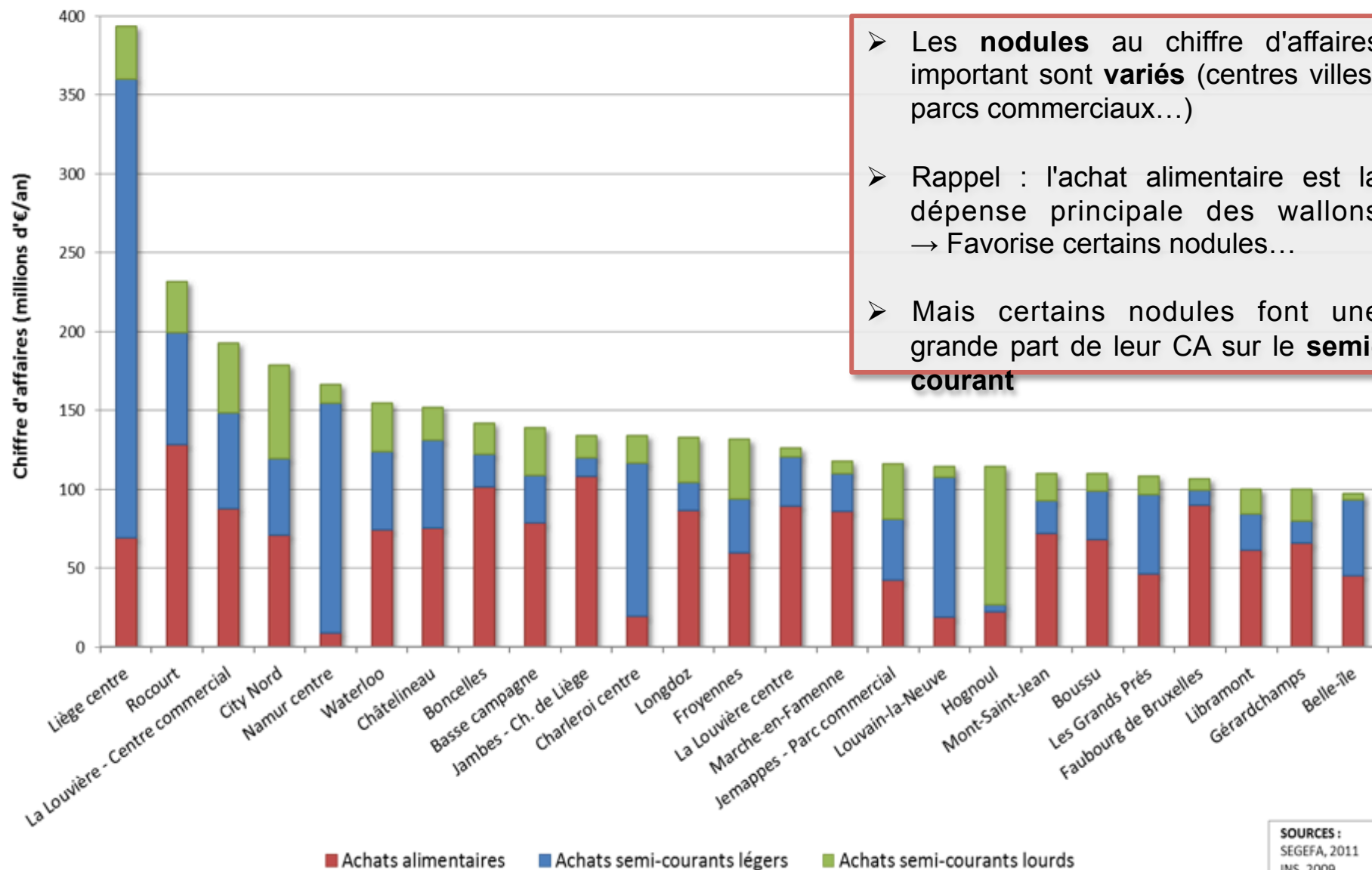






- Dépense wallonnes  $\approx$  13 milliards d'€/an
- 93 % des dépenses restent en Wallonie
- Les 260 nodules commerciaux concentrent 70 % des dépenses

## Principaux nodules wallons sur base des dépenses des wallons



- Les **nodules** au chiffre d'affaires important sont **variés** (centres villes, parcs commerciaux...)
- Rappel : l'achat alimentaire est la dépense principale des wallons  
→ Favorise certains nodules...
- Mais certains nodules font une grande part de leur CA sur le **semi-courant**



### LOGIC

- 260 nodules
- 30 000 points de vente (2 000 hors nodule)
- 6 millions de m<sup>2</sup> de surface de vente nette (4,4 millions hors nodule)

### MOVE

Pour les 260 nodules wallons :

- Zone de chalandise pour les 3 types d'achats
- Population recrutée pour les 3 types d'achats
- Chiffre d'affaires total

### Croisement des bases de données

- Récentes et simultanées (début 2011)
- Abordant l'offre et la demande → Possibilité d'analyser totalement le fonctionnement du commerce
- Précises et homogènes sur un même territoire cohérent : la Wallonie
- Construites sur une même échelle spatiale (nodules commerciaux)

- **260 nodules** commerciaux identifiés, mais **caractéristiques différentes** (taille et natures des commerces, lieu d'implantation...) donc **enjeux différents** !
- Nécessité de classer les nodules suivant des **caractéristiques communes**

➤ Construction de **11 variables** caractérisant les nodules

ID	VARIABLE	DESSCRIPTIF	UNITÉ	SOURCE
1	Surface de vente moyenne	Rapport entre la surface de vente nette totale et le nombre total de points de vente	m <sup>2</sup>	SEGEFA, 2011
2	Concentration	Distance moyenne entre les points de vente	m	SEGEFA, 2011
3	Part de l'alimentaire	Rapport entre la surface de vente nette consacrée à l'alimentaire et la surface de vente totale nette occupée	%	SEGEFA, 2011
4	Part de l'équipement léger	Rapport entre la surface de vente nette consacrée au semi-courant léger et la surface de vente totale nette occupée	%	SEGEFA, 2011
5	Part de l'équipement lourd	Rapport entre la surface de vente nette consacrée au semi-courant lourd et la surface de vente totale nette occupée	%	SEGEFA, 2011
6	Part des services et horeca	Rapport entre la surface de vente nette consacrée aux services et à l'horeca et la surface de vente totale nette occupée	%	SEGEFA, 2011
7	Taux de vacance	Rapport entre le nombre de points de vente vides et le nombre total de points de vente	%	SEGEFA, 2011
8	Part des grandes enseignes	Rapport entre le nombre de grandes enseignes (hors services et horeca) et le nombre total de points de vente	%	SEGEFA, 2011
9	Accessibilité	Part modale des personnes utilisant les transports en commun dans les déplacements "domicile-travail"	%	CPDT, 2005
10	Densité de population	Rapport entre le nombre d'habitants de la zone postale du nodule et la superficie de la zone postale	hab/km <sup>2</sup>	INS, 2010
11	Volume de population	Nombre d'habitants de la zone postale du nodule	hab	INS, 2010

## 2.1. Traitements

- **260 nodules** commerciaux identifiés, mais **caractéristiques différentes** (taille et natures des commerces, lieu d'implantation...) donc **enjeux différents** !
- Nécessité de classer les nodules suivant des **caractéristiques communes**
  - Construction de **11 variables** caractérisant les nodules
  - **Analyse en composantes principales** : synthèse des 11 variables en 4 composantes principales (morphologie, structure commerciale, dynamisme et environnement urbain)
  - **Classification des nodules** : 8 classes et 2 sous classes → Définition de 10 types de nodules commerciaux en Wallonie

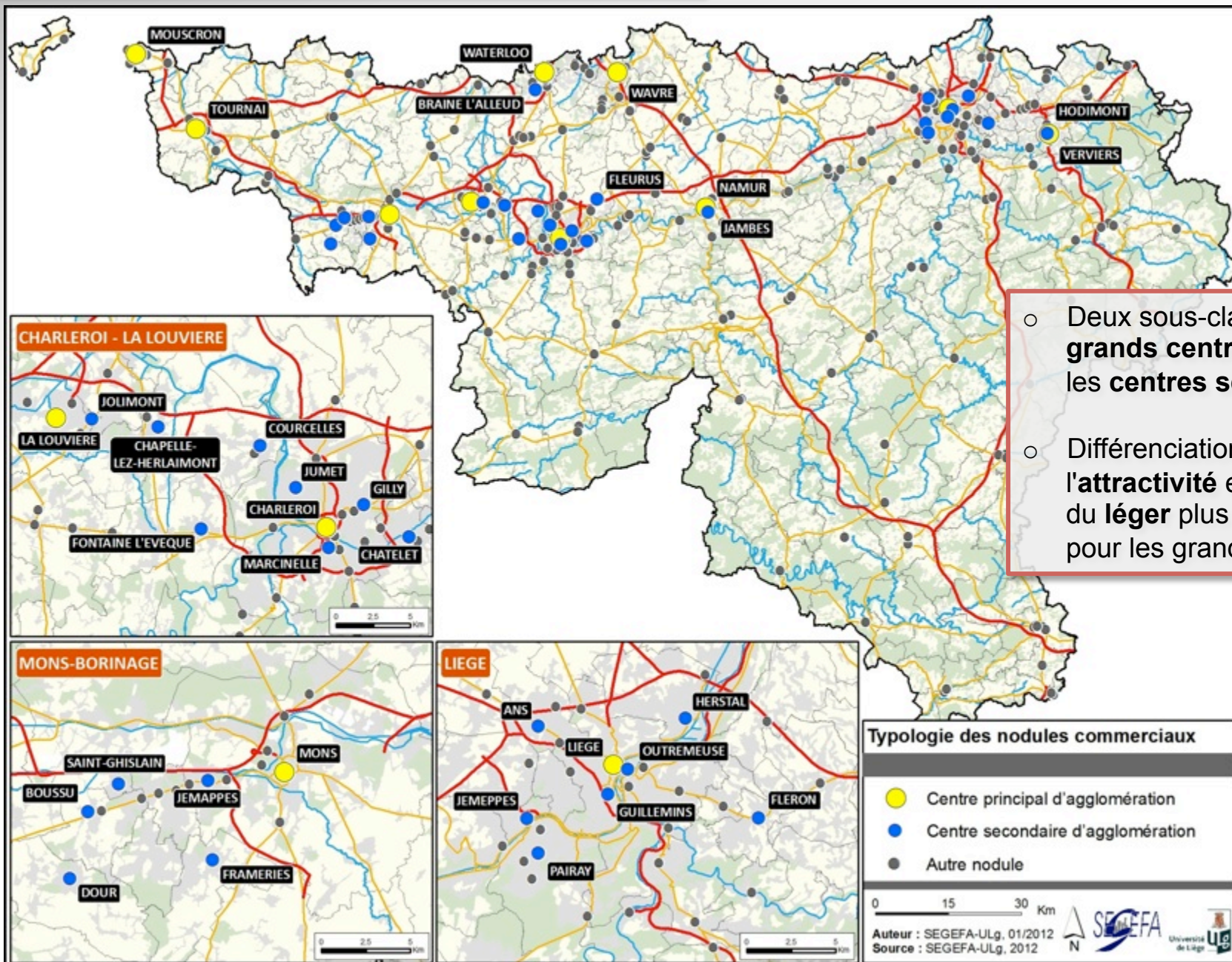
## 2.2. Classes de nodules

- **5 types** majoritairement localisés dans les grandes **agglomérations** wallonnes (existence d'exceptions)

ID	CLASSE	DESCRIPTIF	NOMBRE
1A	<b>Centre principal d'agglomération</b>	Centre commerçant traditionnel généraliste de grande taille, localisé en milieu urbain très dense, doté d'une excellente accessibilité TEC, composé d'un hypercentre dynamique et d'espaces péricentraux marginalisés → Le plus souvent <b><u>moteur de l'agglomération commerciale</u></b>	10
1B	<b>Centre secondaire d'agglomération</b>	Centre commerçant traditionnel généraliste, localisé en milieu urbain très dense, doté d'une bonne accessibilité TEC, caractérisé par une dynamique faible (taux de vacance élevé et part de grandes enseignes faible)	24
2	<b>Nodule de soutien d'agglomération</b>	Zone commerciale récente généraliste, localisée en milieu urbain dense, dotée d'une accessibilité TEC moyenne, caractérisée par une dynamique forte (pas ou peu de cellule vide et part de grandes enseignes élevée) → Le plus souvent <b><u>soutien du centre principal d'agglomération</u></b>	30
3A	<b>Nodule alimentaire d'agglomération</b>	Espace commerçant de taille modeste fonctionnant autour d'un ou plusieurs supermarchés rayonnants, localisé en milieu urbain dense à très dense, doté d'une accessibilité TEC le plus souvent bonne et caractérisé par une dynamique relativement forte	18
3B	<b>Nodule de proximité d'agglomération</b>	Espace commerçant de petite taille centré (ou recentré) sur une activité de proximité, localisé en milieu urbain dense à très dense, doté d'une accessibilité TEC le plus souvent bonne et caractérisé par une dynamique relativement faible	25



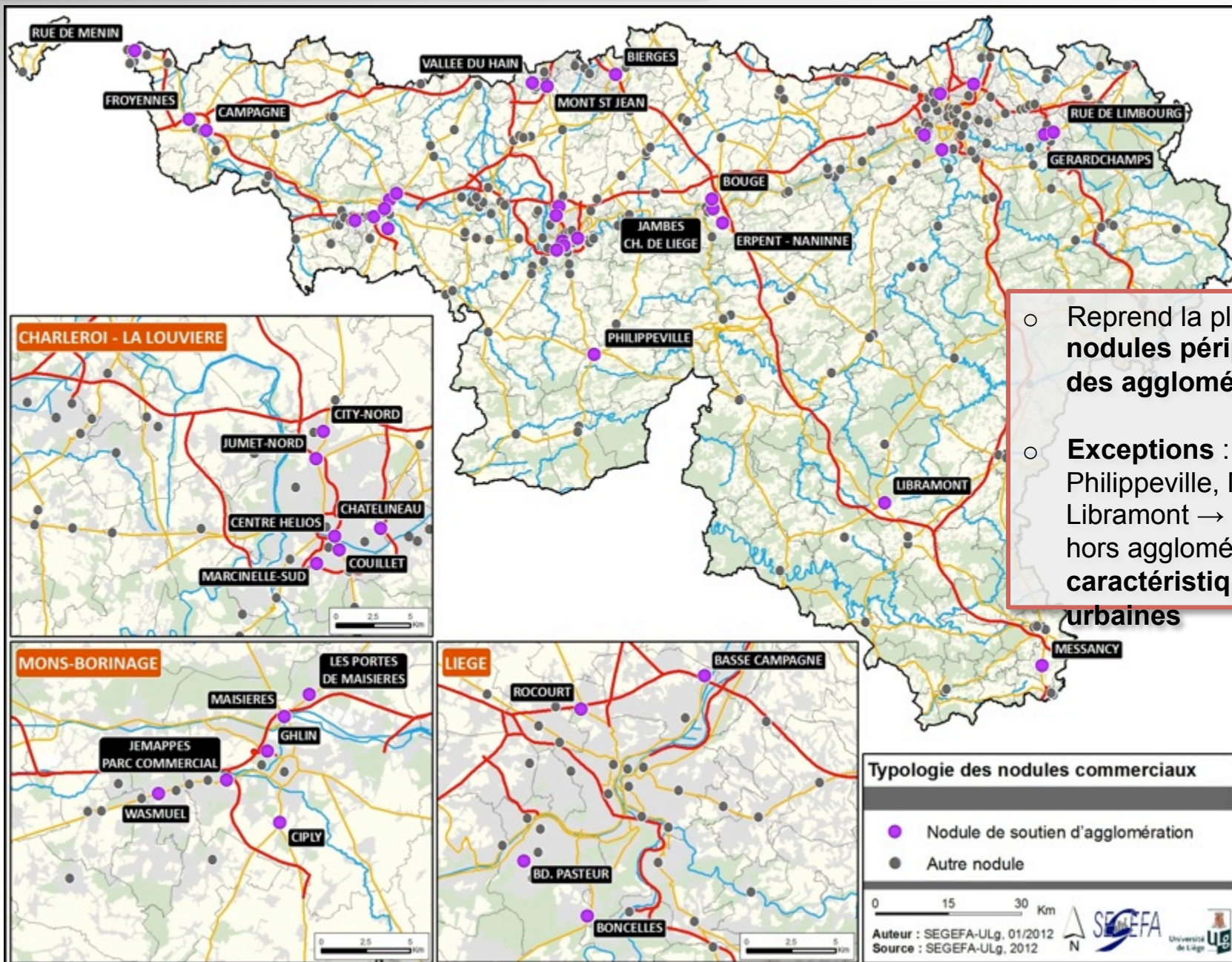
## 2.2. Classes de nodules



- Deux sous-classes : les **grands centres-villes** et les **centres secondaires**
- Différenciation sur l'**attractivité** et une part du **léger** plus importantes pour les grands centres



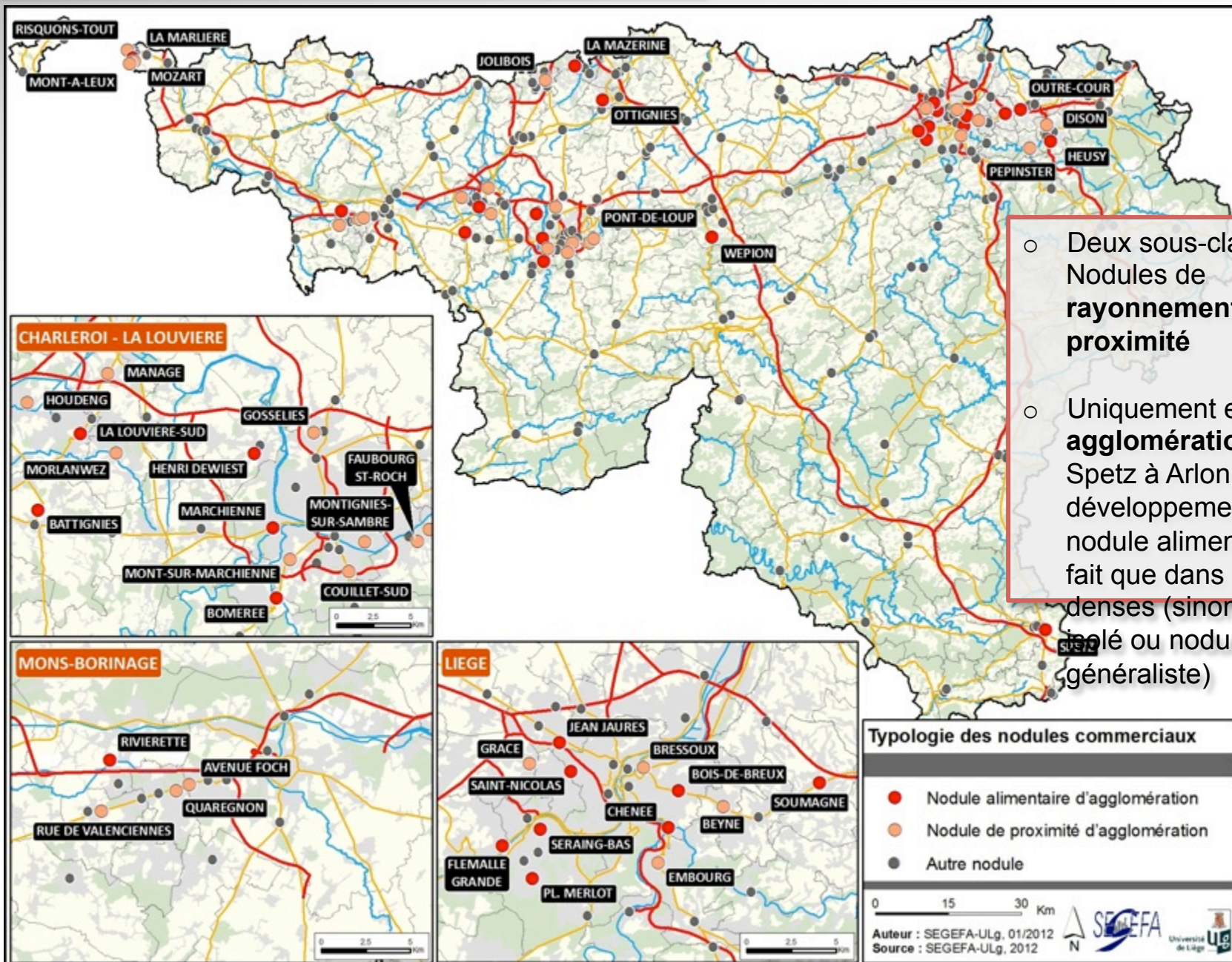
## 2.2. Classes de nodules



- Reprend la plupart des **nodules périphériques des agglomérations urbaines**
- **Exceptions :** Philippeville, Messancy et Libramont → Nodules hors agglomération aux **caractéristiques urbaines**



## 2.2. Classes de nodules



- Deux sous-classes :  
Nodules de **rayonnement** ou de **proximité**
- Uniquement en **agglomération** (sauf Spetz à Arlon) → Le développement d'un nodule alimentaire ne se fait que dans les zones denses (sinon commerce isolé ou nodule généraliste)

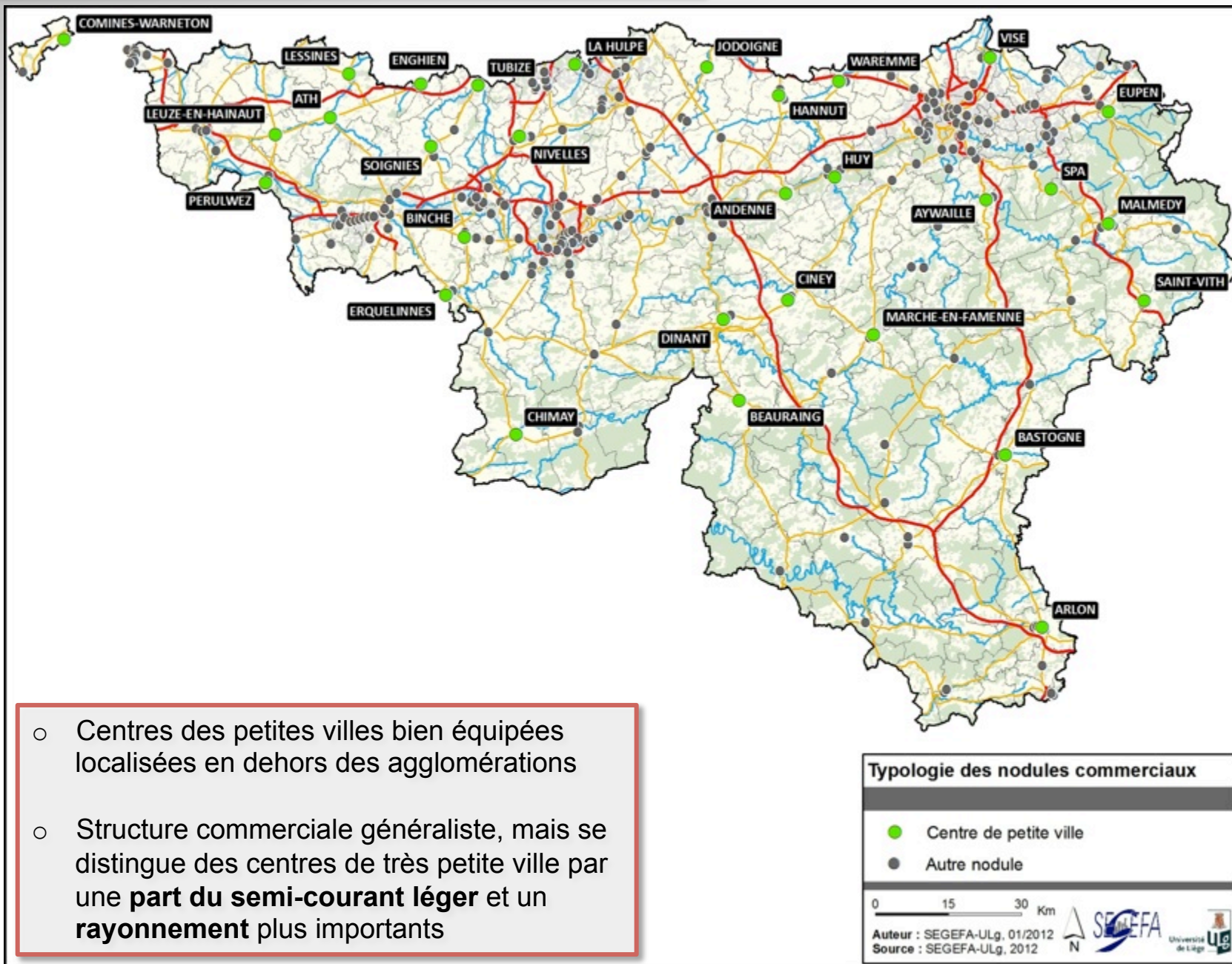
## 2.2. Classes de nodules

- **3 types** majoritairement localisés en dehors des grandes **agglomérations** wallonnes (existence d'exceptions)

ID	CLASSE	DESCRIPTIF	NOMBRE
4	<b>Centre de petite ville</b>	Centre commerçant traditionnel généraliste, centre d'une commune peu dense, doté d'une accessibilité TEC moyenne, caractérisé par une dynamique relativement forte (taux de cellules vides et part des grandes enseignes moyens) → Le plus souvent <b><u>moteur commercial des petites villes</u></b>	32
5	<b>Centre de très petite ville</b>	Centre commerçant traditionnel généraliste, centre d'une commune peu dense, doté d'une accessibilité TEC médiocre, caractérisé par une dynamique faible (taux de cellules élevé et peu ou pas de grandes enseignes)	44
6	<b>Nodule de soutien de (très) petite ville</b>	Zone commerciale récente généraliste, localisée en milieu peu dense, dotée d'une accessibilité TEC médiocre à mauvaise, caractérisée par une dynamique variable (apparition de cellules vides et part de grandes enseignes élevée) → Le plus souvent <b><u>soutien du centre d'une petite ville, devenu parfois le moteur commercial des (très) petites villes</u></b>	37

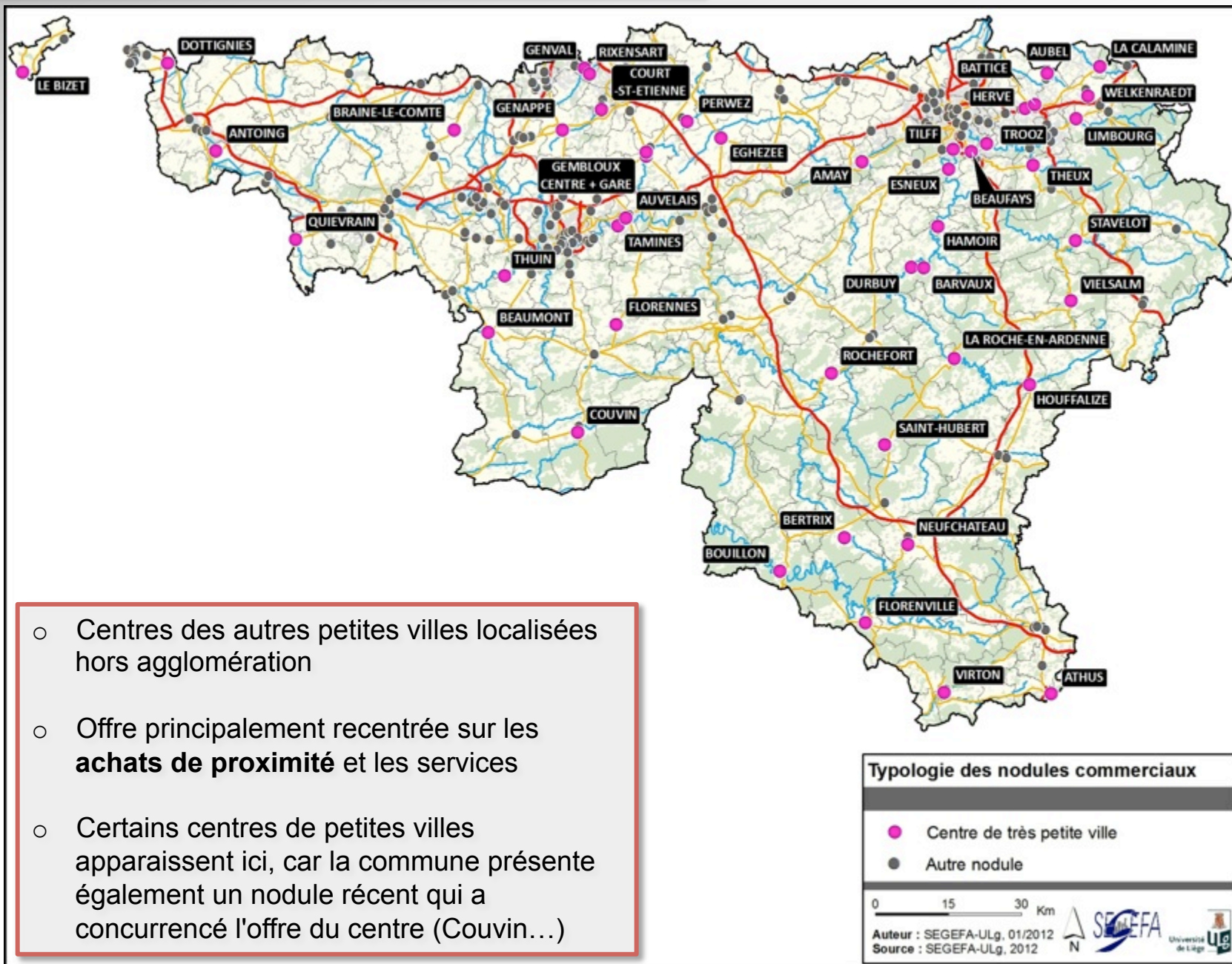


## 2.2. Classes de nodules



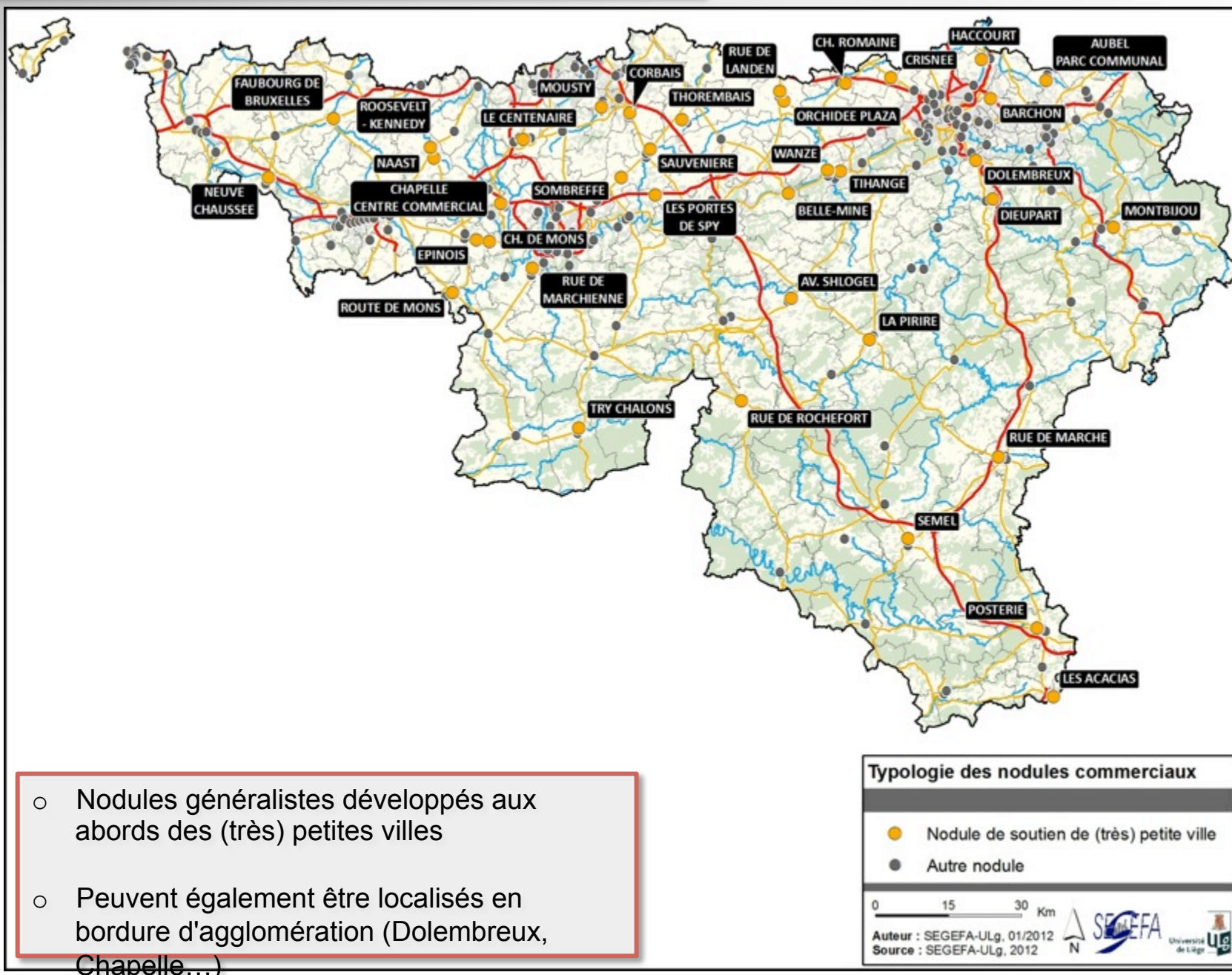
- Centres des petites villes bien équipées localisées en dehors des agglomérations
- Structure commerciale généraliste, mais se distingue des centres de très petite ville par une **part du semi-courant léger** et un **rayonnement** plus importants

## 2.2. Classes de nodules





## 2.2. Classes de nodules



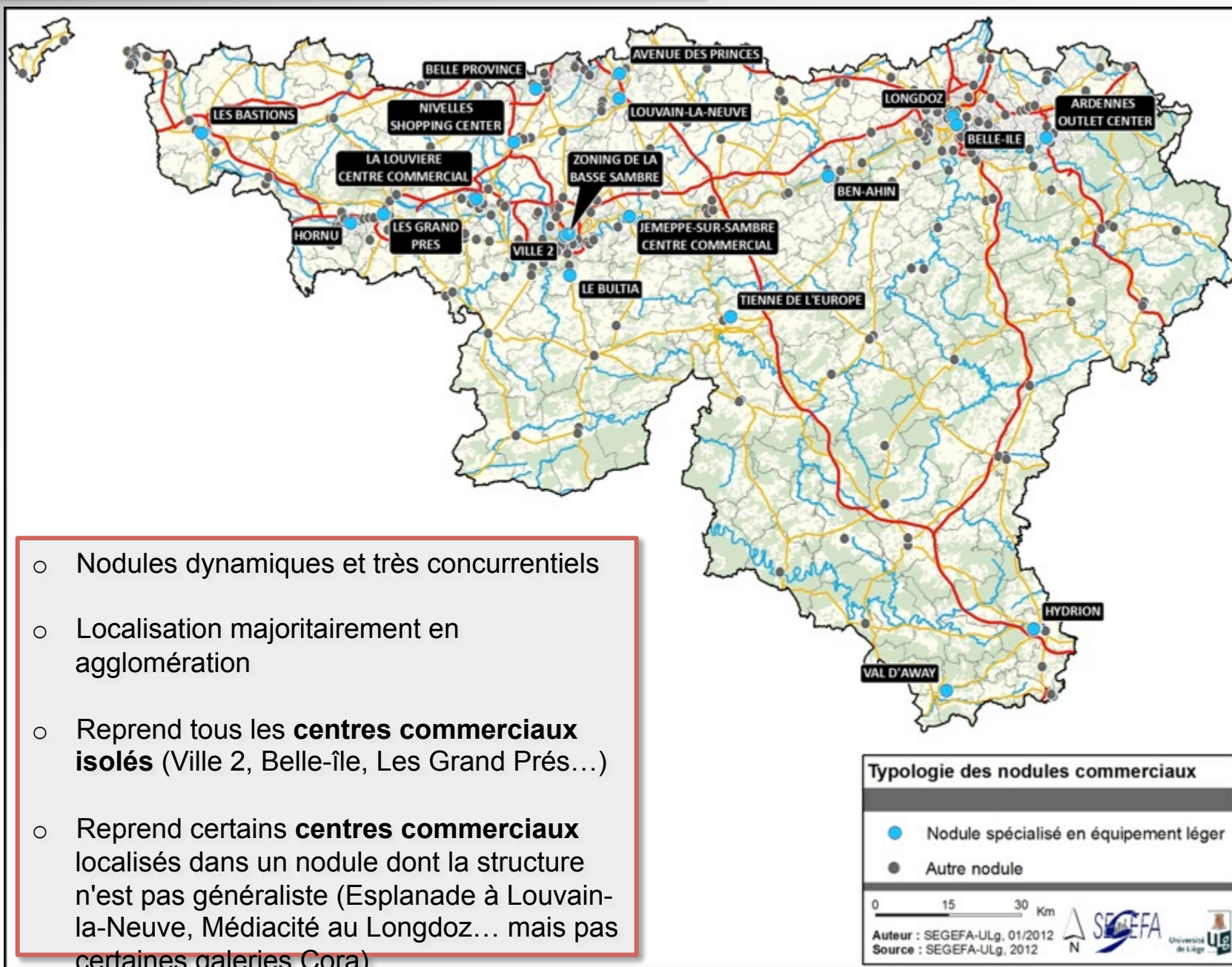
- Nodules généralistes développés aux abords des (très) petites villes
- Peuvent également être localisés en bordure d'agglomération (Dolembreux, Chapelle...)

## 2.2. Classes de nœuds

- **2 types** aux localisations ubiquistes

ID	CLASSE	DESCRIPTIF	NOMBRE
7	<b>Nœud spécialisé en équipement léger</b>	Espace commerçant planifié spécialisé dans l'équipement semi-courant léger, doté d'une accessibilité TEC très variable (d'excellente à mauvaise), caractérisé par une dynamique très forte → Le plus souvent <b><u>concurrentiel des centres traditionnels</u></b>	19
8	<b>Nœud spécialisé en équipement lourd</b>	Zone commerciale récente spécialisée dans l'équipement semi-courant lourd, composée d'un nombre restreint de grands points de vente, dotée d'une accessibilité TEC médiocre à mauvaise, caractérisé par une dynamique forte (pas ou peu de cellules vides et part de grandes enseignes variable) → Le plus souvent <b><u>complémentaire de l'offre existante</u></b>	21

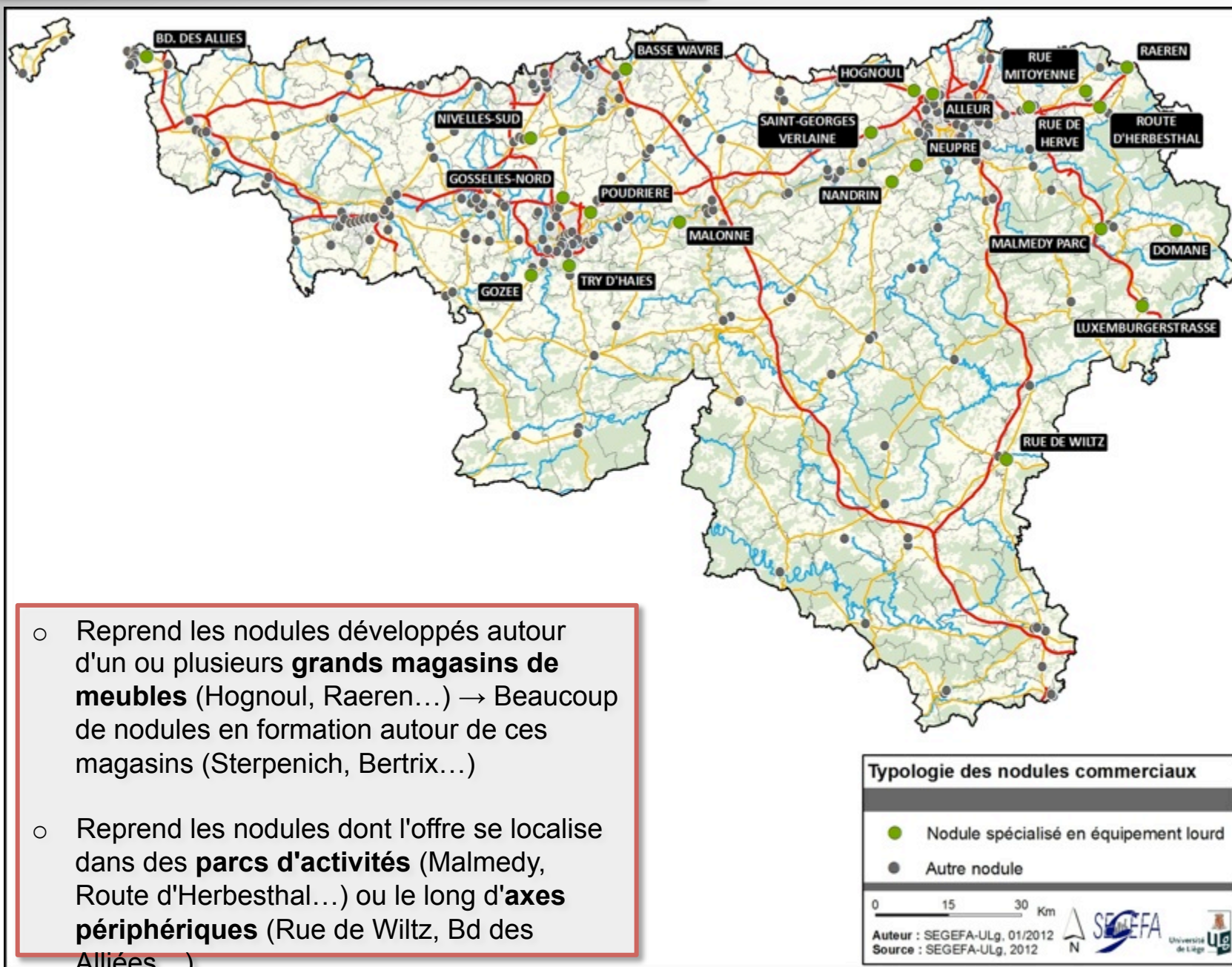
## 2.2. Classes de nodules



- Nodules dynamiques et très concurrentiels
- Localisation majoritairement en agglomération
- Reprend tous les **centres commerciaux isolés** (Ville 2, Belle-île, Les Grand Prés...)
- Reprend certains **centres commerciaux** localisés dans un nodule dont la structure n'est pas généraliste (Esplanade à Louvain-la-Neuve, Médiacité au Longdoz... mais pas certaines galeries Cora)



## 2.2. Classes de nodules



- Reprend les nodules développés autour d'un ou plusieurs **grands magasins de meubles** (Hognoul, Raeren...) → Beaucoup de nodules en formation autour de ces magasins (Sterpenich, Bertrix...)
- Reprend les nodules dont l'offre se localise dans des **parcs d'activités** (Malmedy, Route d'Herbesthal...) ou le long d'**axes périphériques** (Rue de Wiltz, Bd des Alliées...)

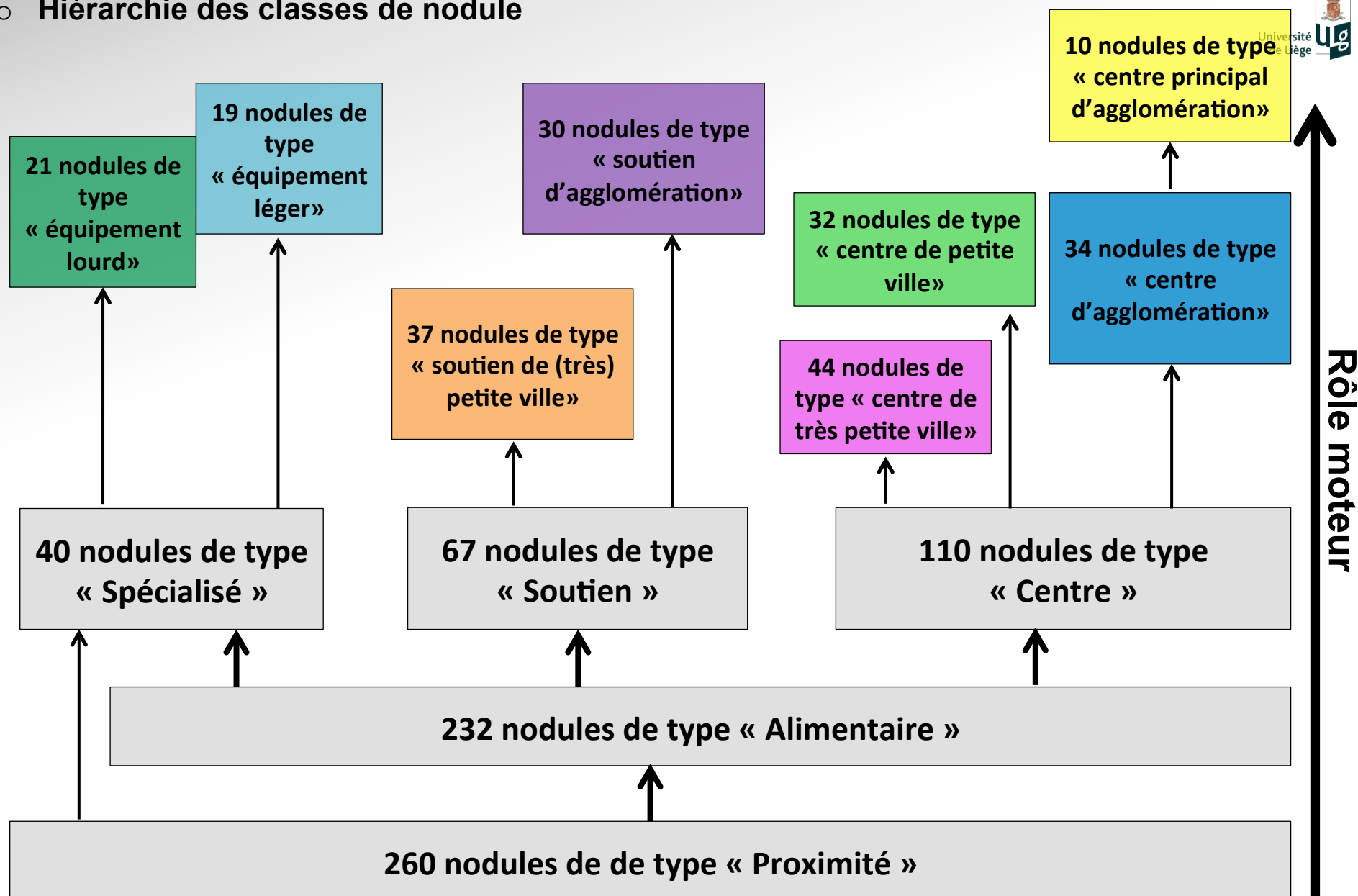
## 2.3. Synthèse

### ○ Principales caractéristiques des classes

ID	Nom	Morphologie	Densité urbaine	Accessibilité TEC	Structure commerciale	Dynamisme	Nbre
1A	Centre principal d'agglomération	Traditionnel	Très élevée	Excellente	Généraliste	Fort à très fort (hypercentre)	10
1B	Centre secondaire d'agglomération	Traditionnel	Élevée	Bonne	Généraliste	Faible	24
2	Nodule de soutien d'agglomération	Récent	Élevée	Moyenne	Généraliste	Fort	30
3A	Nodule alimentaire d'agglomération	Variable	Élevée	Bonne	Alimentaire	Plutôt fort	18
3B	Nodule de proximité d'agglomération	Variable	Élevée	Bonne	Proximité	Plutôt faible	25
4	Centre de petite ville	Traditionnel	Moyenne à Faible	Moyenne	Généraliste	Moyen à fort	32
5	Centre de très petite ville	Traditionnel	Faible	Médiocre	Généraliste	Faible	44
6	Nodule de soutien de (très) petite ville	Variable	Très faible	Mauvaise	Généraliste	Variable	37
7	Nodule spécialisé en équipement léger	Récent-Planifié	Variable	Variable	Léger	Très fort	19
8	Nodule spécialisé en équipement lourd	Récent	Variable	Médiocre à mauvaise	Lourd	Fort	21

## 2.3. Synthèse

### ○ Hiérarchie des classes de nodule

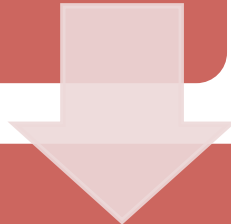




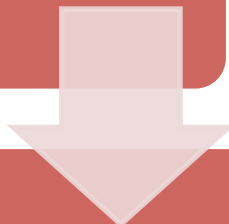


## Contexte du projet LOGIC

**Loi « socio-économique » du 13 août 2004 (modifiée par celle du 22 décembre 2009)**



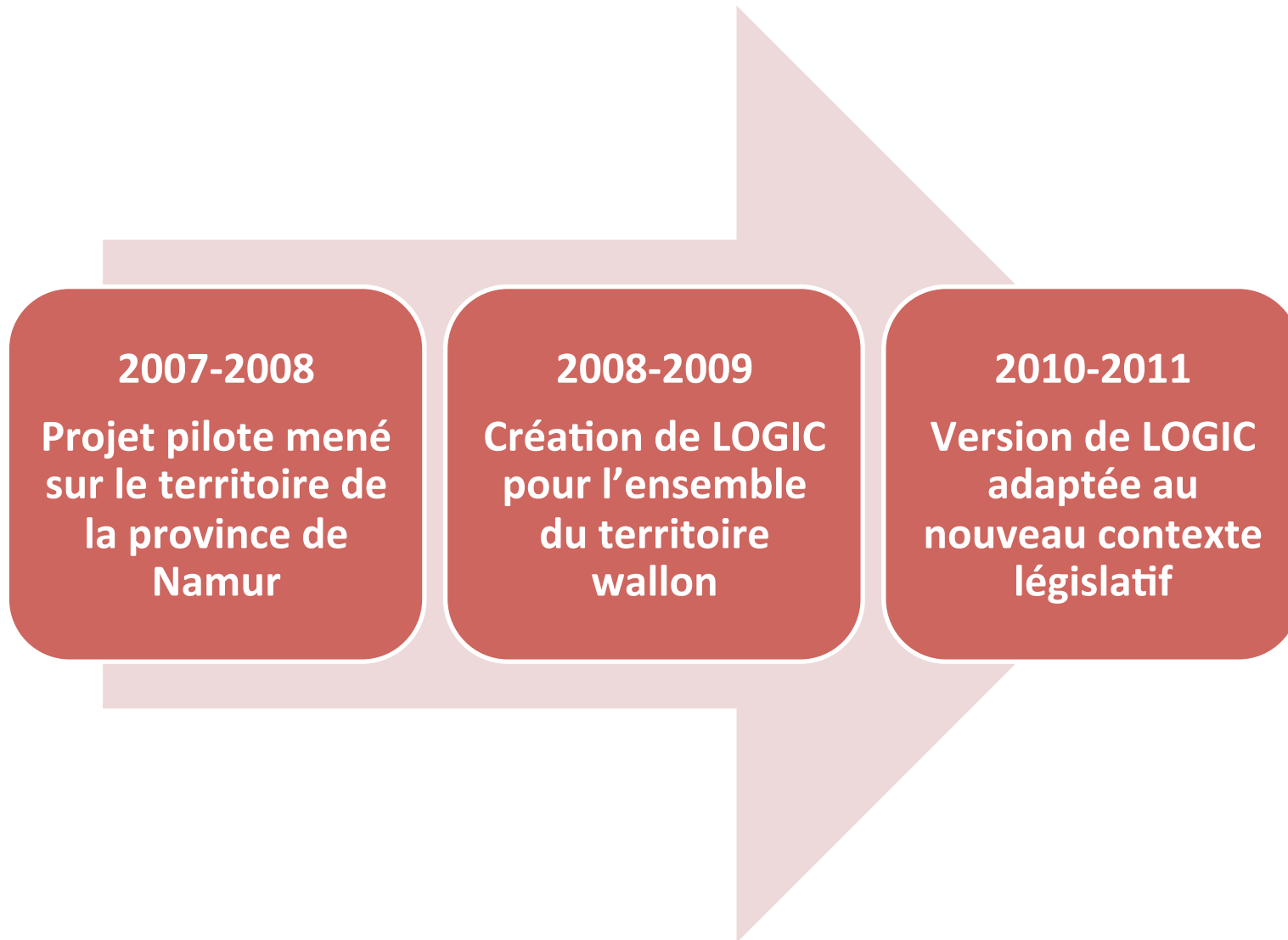
**Souhait d'encadrer les communes le plus souvent démunies face aux demandes des promoteurs**



**Appel d'offre lancé par le Cabinet du Ministre wallon de l'Économie pour la réalisation d'un outil d'aide à la décision**

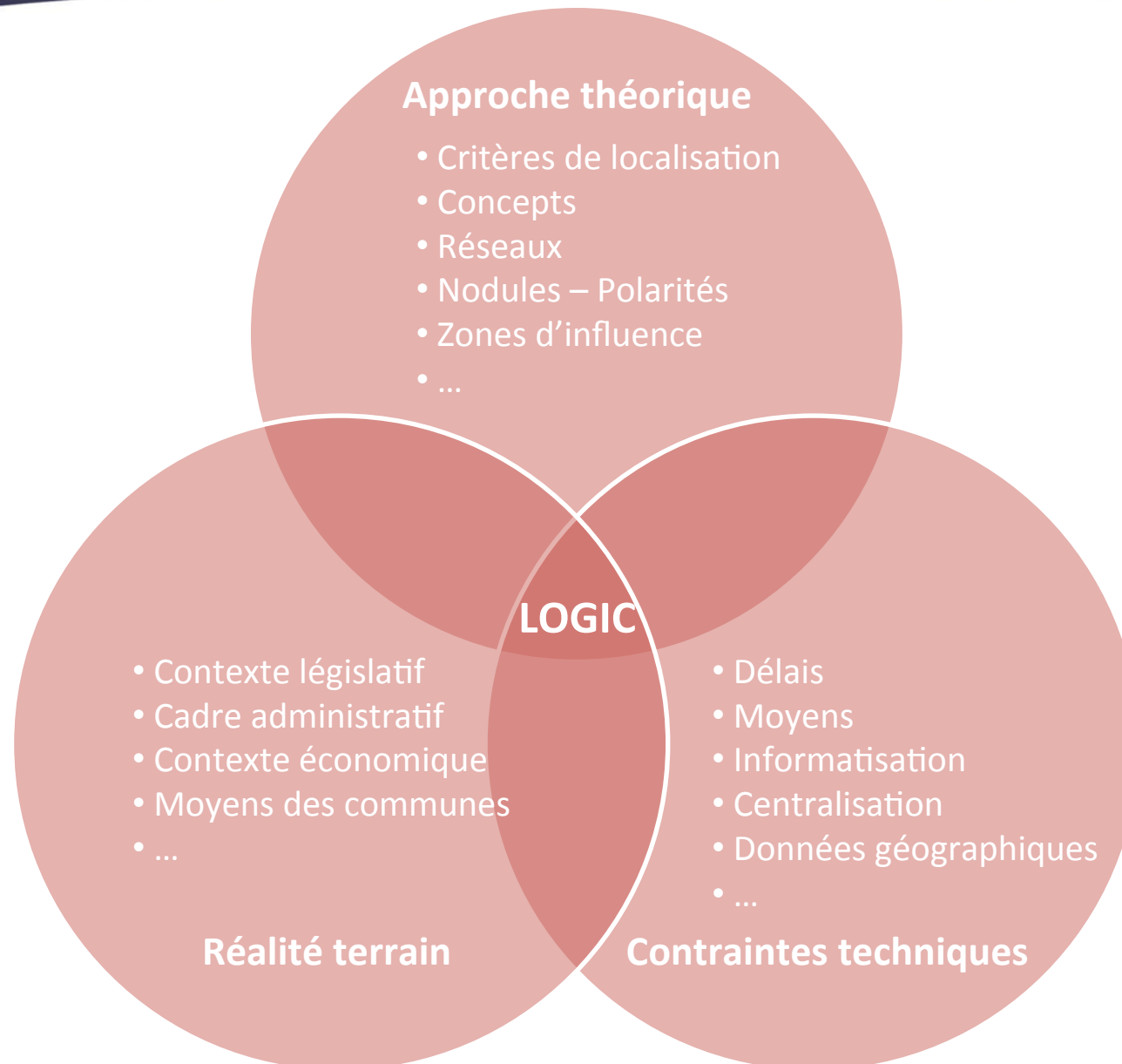


## Phasage du projet LOGIC





## Qu'est-ce que LOGIC ? (Niveau conceptuel)

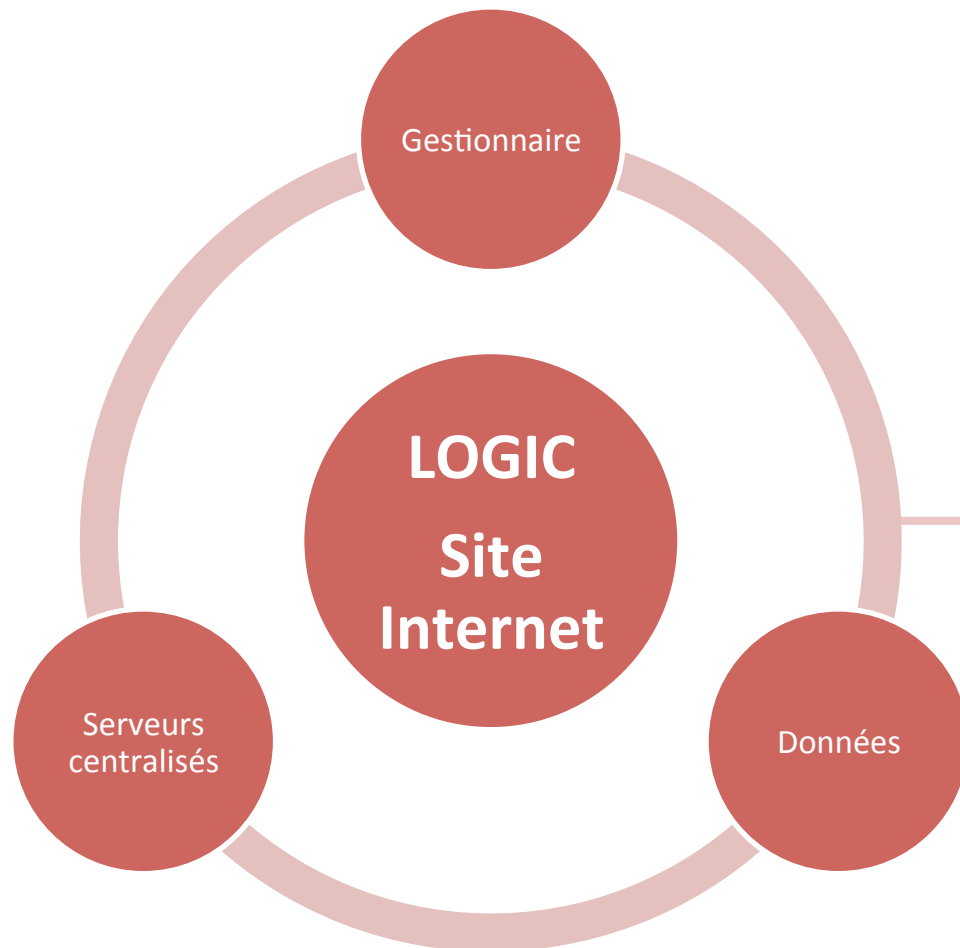




## Qu'est-ce que LOGIC ? (Niveau Opérationnel)

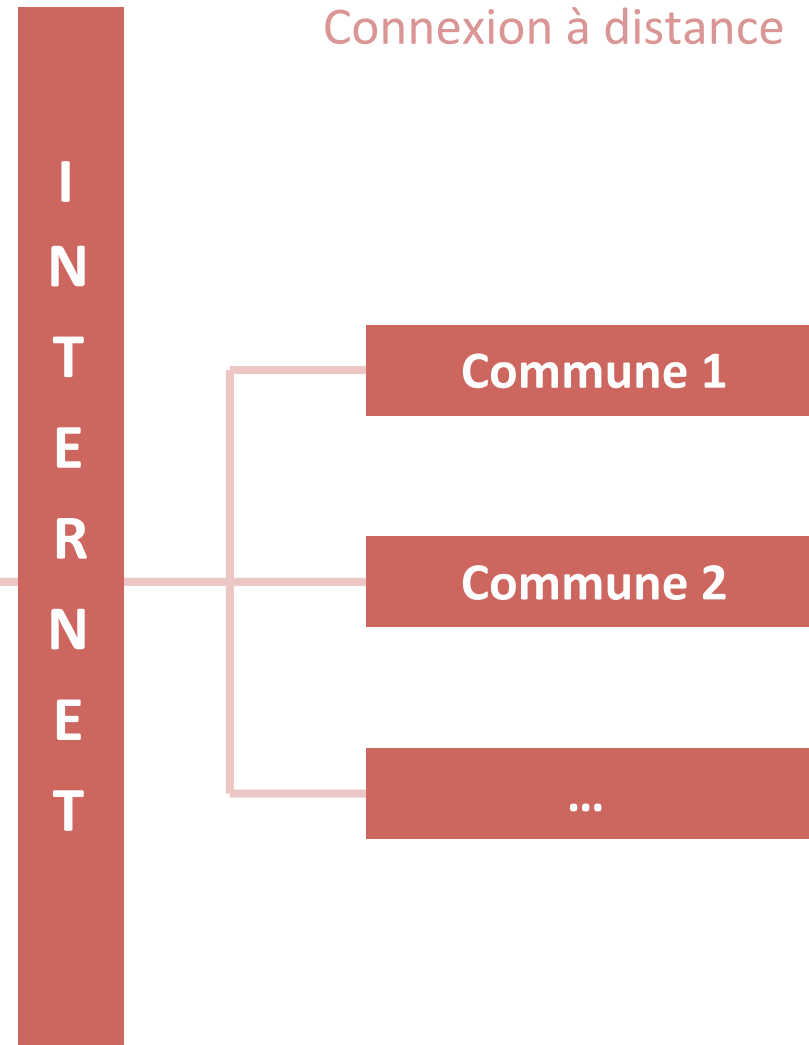
### Côté Serveur

Système centralisé



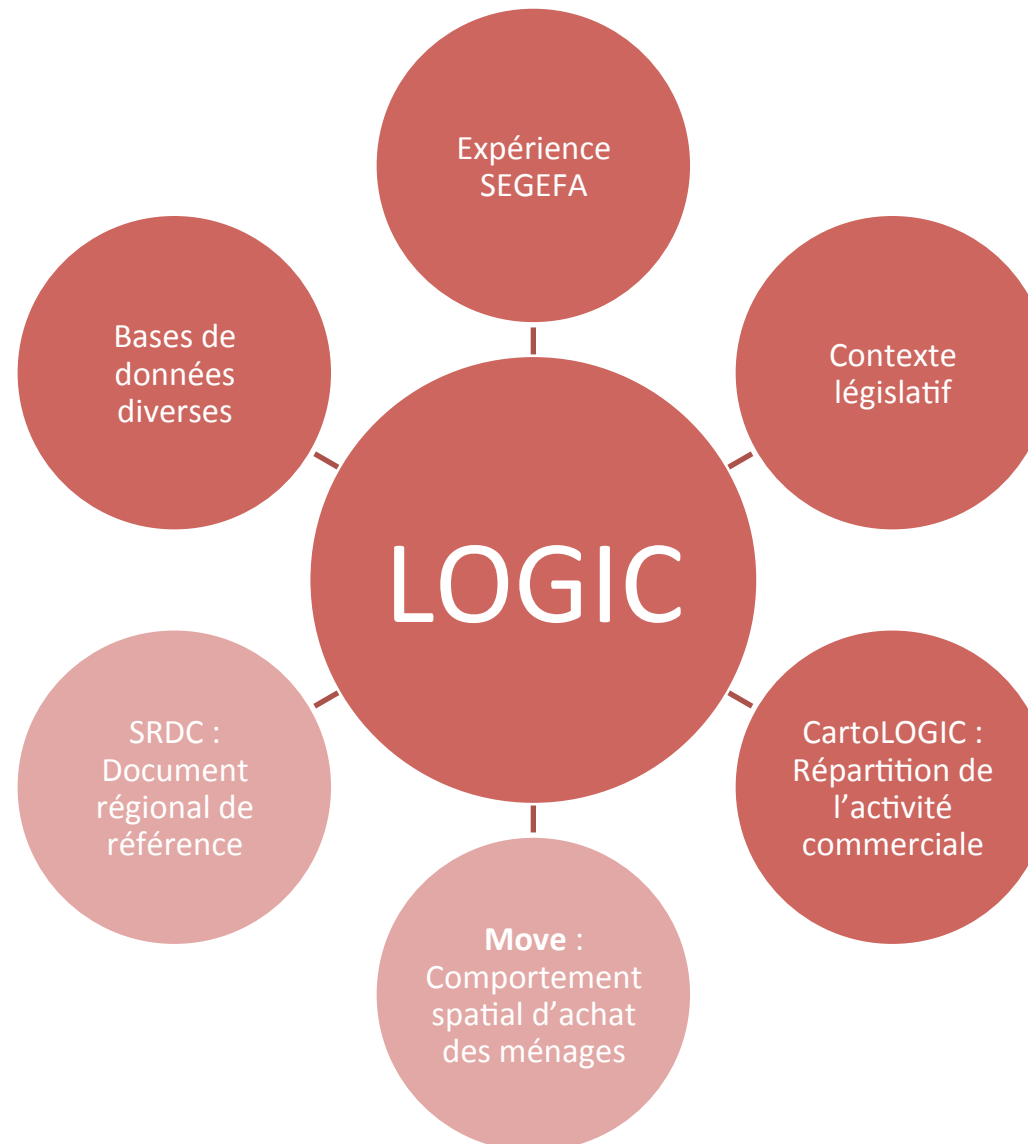
### Côté Utilisateur

Connexion à distance





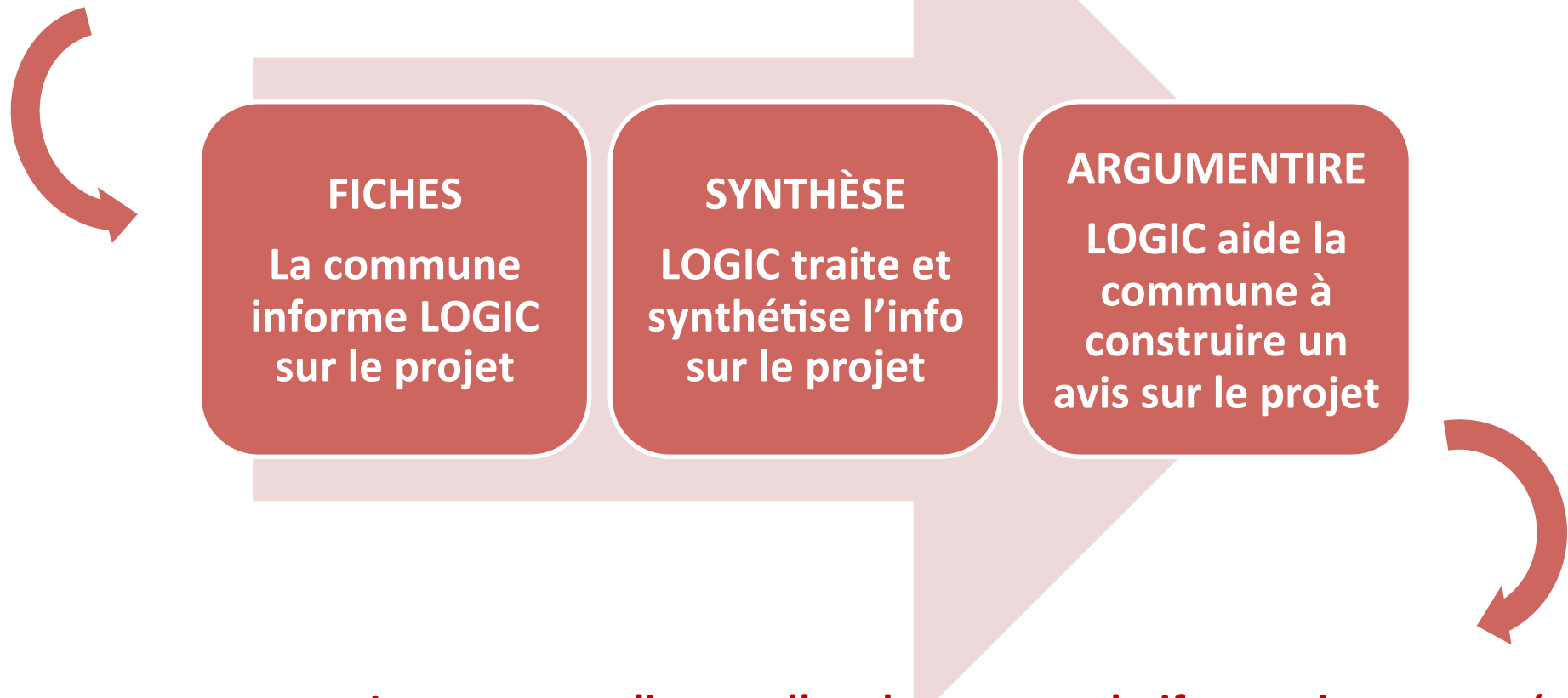
## Que contient LOGIC ?





## Comment fonctionne LOGIC ?

**Une commune réceptionne une demande concernant un nouveau projet commercial**



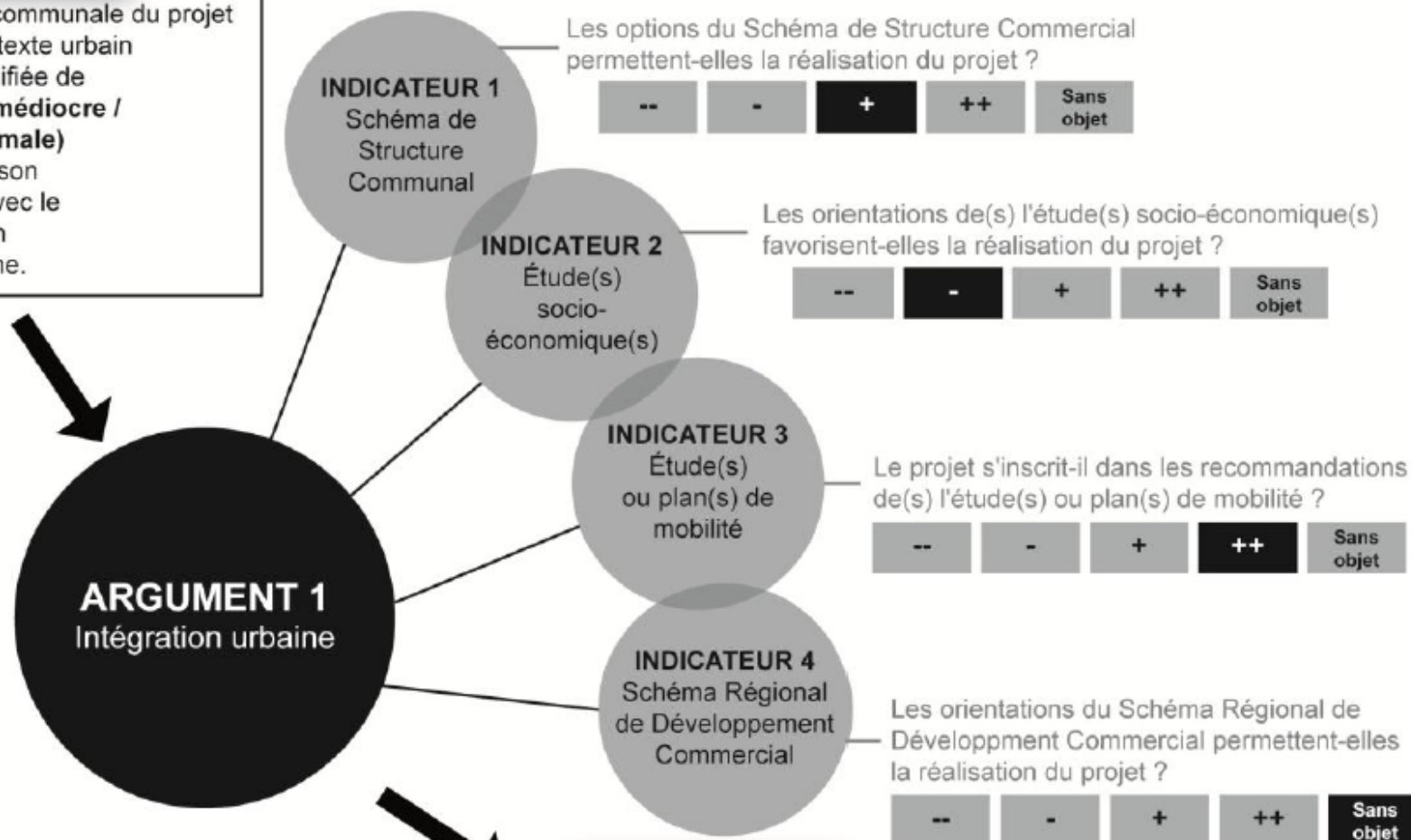
**La commune dispose d'un document relatif au projet composé de données chiffrées et écrites ainsi que d'un argumentaire**



# Comment fonctionne LOGIC ?

## Argument 1 non traité

L'intégration communale du projet dans son contexte urbain peut être qualifiée de **(mauvaise / médiocre / bonne / optimale)** au regard de son adéquation avec le modèle urbain de la commune.



## Argument 1 traité

L'intégration communale du projet dans son contexte urbain peut être qualifiée de **bonne** au regard de son adéquation avec le modèle urbain de la commune.

# CartoLOGIC

Localisation et Gestion des Implantations Commerciales



CARTOLOGIC ZONES D'INFLUENCE

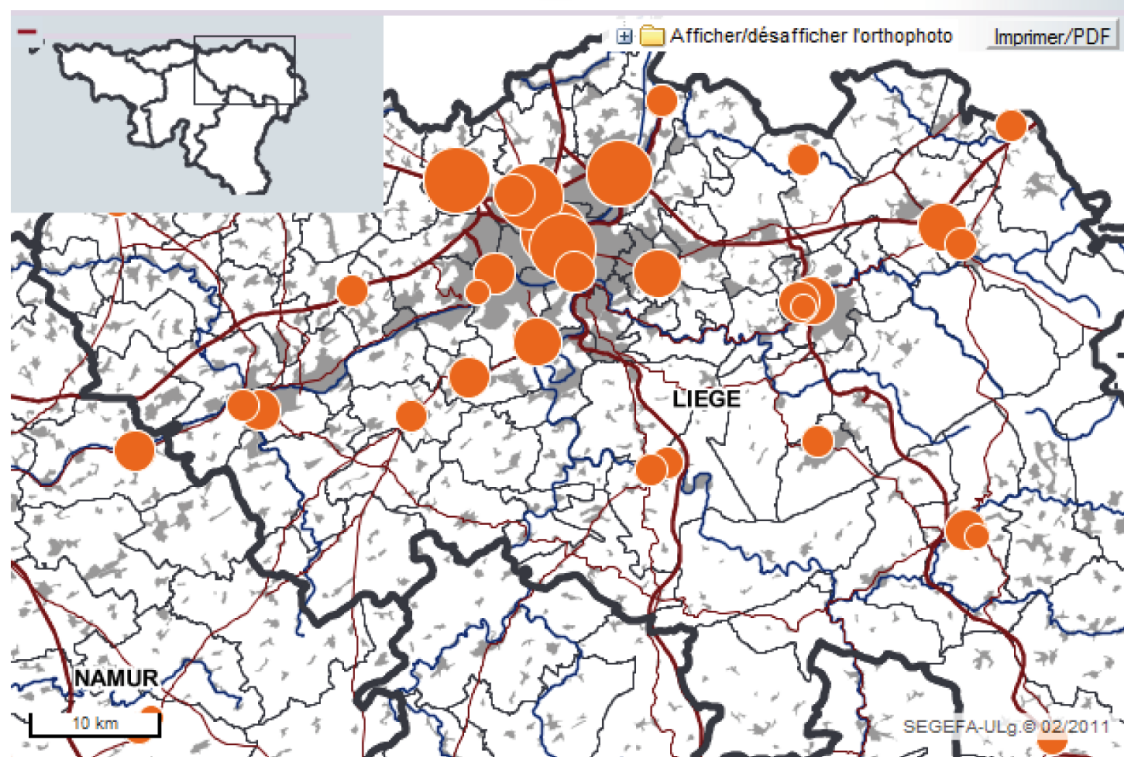


Zoom sur la commune de ...

INFORMATIONS

LÉGENDE

SÉLECTION



## Nodule commercial

- plus de 50 000 m<sup>2</sup>
- entre 30 000 m<sup>2</sup> et 50 000 m<sup>2</sup>
- entre 20 000 m<sup>2</sup> et 30 000 m<sup>2</sup>
- entre 10 000 m<sup>2</sup> et 20 000 m<sup>2</sup>
- moins de 10 000 m<sup>2</sup>

## Province



## Commune



## Noyau d'habitat



## Autoroute



## Route



Accéder à LOGIC

**LOGIC**

Le projet d'implantation commerciale répond-t-il aux critères de la loi ?

Cabinet du Vice-Président, Ministre de l'Économie et des PME



Rue Kefer, 2  
5100 Namur  
Tél. : 081/234 111

Assistance technique



Allée du 6 Août, 2. Sart Tilman  
4000 Liège  
Tél. : 043/665 554 - courriel





### Objectif d'un régime d'autorisation :

Mise en œuvre d'un régime permettant une régulation des implantations en prenant en compte au travers de **critères de refus** le respect **d'objectifs d'intérêt général** tout en garantissant le respect du principe des **libertés économiques** européennes.

Cette régulation doit prendre la forme d'un outil visant à éviter des **situations de déséquilibres** trop importantes et nuisant à une **répartition harmonieuse** des différentes implantations commerciales au sein de notre région.



### Encadrement juridique européen

Un régime d'autorisation peut être mis en place si celui-ci met en place des **critères de refus légitimés par des raisons impérieuses d'intérêt général**.

Exemple de raisons impérieuses d'intérêt général (RIIG) :

La « protection de l'environnement »

La « protection de l'environnement urbain »

La « protection du consommateur »



### Encadrement juridique européen

Les critères de refus dans le cadre d'un régime d'autorisation doivent être :

- **Nécessaires** en vue d'atteindre ces objectifs d'intérêt général
- **Proportionnés** dans l'atteinte de ces objectifs d'intérêt général
- **Transparents**
- **Non discriminatoires** (en droit et en fait)
- **Non équivoques**
- ...



### Exemple de critères

Éviter les ruptures d'approvisionnement via des situations de sur/sous-offre extrêmes (dans la commune, dans le bassin de conso...)  
Favoriser la diversification de l'approvisionnement

Protection du centre-urbain

Insertion dans les projets locaux de développement urbain

Dynamiser les centres-villes en favorisant une mixité de fonctions génératrices d'activités

Renforcer la densité commerciale et éviter les friches commerciales en favorisant la reconversion et/ou la réutilisation des espaces commerçants actuels